

南伊勢町ブランドづくりに向けて

Activation of Minami Ise-cho using regional resource

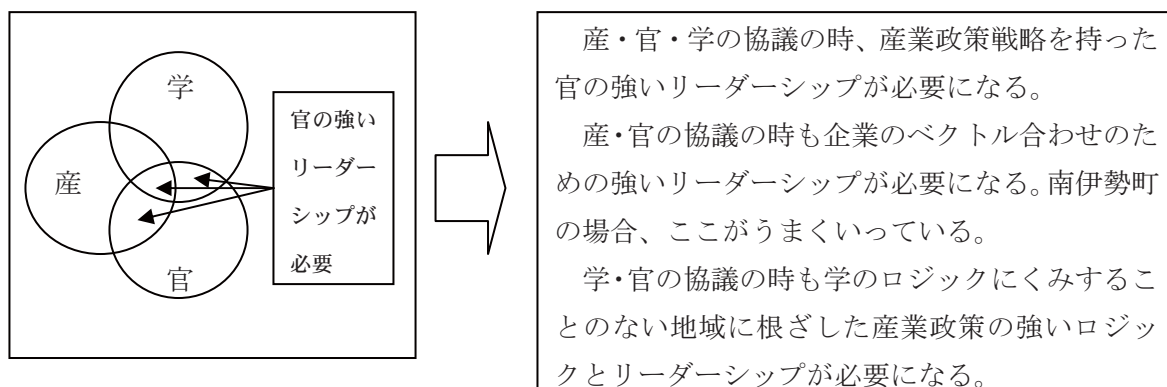
渡邊 明¹

Akira Watanabe

1 はじめに

南伊勢町は、南伊勢町ブランド選定委員会と言う公的な委員会と民間活力を利用した『南伊勢町ブランド開発実行委員会』があり、うまく機能している。行政、商工会、そして生産や販売の事業者が一体となって進む地域ブランドづくり。南伊勢町の豊富な資源を有効に活かし、付加価値を高めることで、『南伊勢』の知名度向上に一役買うこと、さらに、個々の商品の開発からさらに進んで、地域を代表する大きな『特産品』開発へと進んでいくことを目的にしている。また、この民活を利用した委員会は、山本

さんという産業政策に強い町役場の職員をメンバーに入れていることもうまく機能した要因であった。この研究は、山本さんとの共同実験でもある。「まちづくり」は、町役場の職員（地方公務員）の強力なリーダーシップがないと如何ともしがたいことを分析するプロセスでもあった。幾つかの町役場の職員が『南伊勢町ブランド開発実行委員会』を見学にきたが、うまくいかなかった。農商工連携を目指す「産・官・学の連携」においては、官のリーダーシップの重要性をはっきりと示すものであった。



2 南伊勢町ブランドづくりに向けて

南伊勢町役場の山本さんを大垣商工会議所の「農商工連携の講座」にお呼びして南伊勢町ブランドの講演していただいた。その講座は、中部経済産業局の補助金で2年間動かしており、中心的な課題は「冷凍技

術」であった。各地域の施策の違いを見るために農商工連携で有名な南アルプス市の商工会の渡邊氏、堂上蜂屋柿を有名にした美濃加茂市役所の渡辺氏と南伊勢町の山本さんをお呼びした。南伊勢町ブランドの講

1 三重大学名誉教授 Emeritus Professor, Mie Univ.

演内容に注目した名古屋市を中心として展開しているレストランが南伊勢町の業者との取引にこぎつけている。ここからも市町村が地域の産業政策を遂行する上での地域ブランドの重要性と有効性が見られる。

山本さんは、南伊勢町ブランドをキーコンセプトにしてプロモーションを行っている。南伊勢町ブランドのコンセプトは、三重ブランドのコンセプトと同じく「自然の技を活かす技術」である。平成19年度に総

務省の「頑張る地方応援プログラム」の補助金をもらっただけで、山本さんはそれ以後、敢えて補助金の申請をやっていない。民間活力を十分引き出すために補助金は、今の段階ではいらぬというものである。そのかわり三重県の東京主催するイベントには必ず参加している。ここでのプロモーション活動は、南伊勢町ブランドと言うコンセプトのもとで成功しており、多くのオファーを獲得している。

頑張る地方応援プログラム												
都道府県名	三重県	市町村名	南伊勢町									
プロジェクト名	南伊勢町ブランド創設事業											
目的・概要	<p>【目的・概要】</p> <p>【目的】</p> <p>おが町の活性化を図るためには、近年進むスピード経済、スロー社会、この2つの相反する理念を共存させることにより、町を牽引して新しい仕組みを創出し「町が元気」になるなければならない。</p> <p>【概要】</p> <p>スロー社会に賛同した、健康・安全・安心・環境重視といった、スローライフを南伊勢町の産業振興のためのビジネスチャンスとして捉え、南伊勢町で実現できる地域資源を活用した新商品の開発に力を入れることにより、「食産業」を農林水産業から食品製造業、外食・小売・観光産業といったさまざまな産業群として捉え、それに地域の生活文化が「物語」といって付加価値をつけることにより、地域内において雇用吸収力のある十分な働きを産出した「地域ブランド」の創出と「販路開拓」を創出。職住両立→期間定住→定住促進の流れを作り出して町が元気になることを目指します。このビジネス戦略を模範として、町の産業全体に波及させ「町が元気」になる仕組みを創っていきます。</p> <p>【具体的な成果目標】</p> <table border="1"> <tr> <td>南伊勢町ブランドの申請・認定</td> <td>—</td> <td>10件</td> </tr> <tr> <td>新商品の開発</td> <td>—</td> <td>5品</td> </tr> <tr> <td>観光入込客数</td> <td>192,539人</td> <td>210,000人</td> </tr> </table>			南伊勢町ブランドの申請・認定	—	10件	新商品の開発	—	5品	観光入込客数	192,539人	210,000人
南伊勢町ブランドの申請・認定	—	10件										
新商品の開発	—	5品										
観光入込客数	192,539人	210,000人										
プロジェクトの期間	平成19年度～20年度	総事業費の分割	10/100									
市民への公表の方法（ホームページURL）	http://www.town.mimamise.mie.jp/yakuba/yakuba/ganbanusj/											
プロジェクトを構成する具体的な事業・活動												
名称	事業概要	事業費	(単位：千円)									
	三重大学との連携・情報発信技術の開発、運営	3,000	(1,500)									
南伊勢町ブランド創設事業	南伊勢町ブランド開発委員会・新商品の開発、販路開拓	3,000	(1,000)									
	東京府農産部、東京都農工労働庁農畜部との連携および販路開拓に向けた調整など	2,400	(1,200)									
南伊勢町ブランド認定事業	南伊勢町ブランド認定委員会・ブランド商品の認定	600	(300)									
計		8,000	(4,000)									
その他特記事項												
南伊勢町の産業振興事業であるが、それぞれの役割の組み合わせが重要である。また、南産の活性化を図る定住促進につなげている仕組みを作っていることが目的である。特に産品の販路開拓は民間事業者の積極的な取り組みが重要となっている。												

このプログラムでは、東京にアンテナショップを作ってみた。



何が売れて何が売れないか非常に勉強になった。



「南伊勢町ブランド」という地域ブランドの必要性も理解されてきた。



他地域で講演したときに、反応が大きくなる。



イベントに出店しても反応が大きくなる。

3 オーケーシー食品とのコラボレーション ～地域ブランドの重要性～

南伊勢町の企業と大垣のオーケーシー食品とのコラボは、大垣の市公設地方卸売市場のお祭りの日に出店を出したことで、恵那川上屋の感謝祭に出店したことから始まる。具体的には、三五七屋（さごひちや）

(<http://www.geocities.jp/sagohitiya/top.html>) と山庄水産 (<http://mie-jimono.com/?p=5524>) との付き合いがここから始まっている。両社が南伊勢町ブランドに認定されている業者で

あるということがオーケーシー食品の注目するところであった。地域ブランドがプロモーション戦略上非常に重要な役割を果たしていくことを示している。

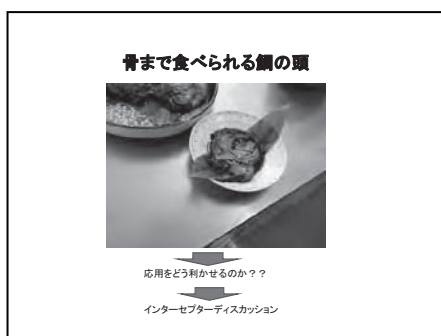
また、有限会社 竹炭工房 竹物語の食竹炭を、岐阜県海部市のレイクルイーズの米麺の中に練りこみパスタ風に仕上げてもらった。これも南伊勢町ブランドと言う地域ブランドをとっている食竹炭と中部経済産業局の地域資源評価委員会の認定している米麺を組み合わせることで介護食の設計を目指すものであった。海鮮パスタとトマトソースのパスタを作り、オーケーシー食品の持つテクニカン社の冷凍装置を使い冷凍食品として市場に出してみた。この商品は、伊勢神宮にも奉納してプロモーション効果を研究している。

南勢水産の養殖マダイ（お墨付き鯛）の頭を利用し、骨まで食べられるマダイの「かぶと煮」を作ってみた。オーケーシー食品の持っているレトルト食品用の加圧釜を利用した。このプロジェクトには、三重県漁連も参加し、タイを使った新しい商品の設

計が始まった。現在では相可高校「まごの店」も参加している。相可高校の村林教諭の指導のもと「真鯛スティック」なるものが完成した。これは春巻きの皮で真鯛の身を巻いて油で揚げたものであるが、オーケーシー食品とは、レイクルイーズの米麺をシートにしたもので鯛のすり身を巻き米油で揚げたものにバージョンアップさせた。これは揚げたものが数時間パリパリ感を持ったほうがいいと言う私の意見を取り入れてオーケーシー食品が考えたものである。この商品は、相可高校と南伊勢町及びオーケーシー食品のコラボ商品として恵那川上屋の感謝祭で試験販売したが好評であった。

この感謝祭に南伊勢町の業者はイベントが重なって参加できなかったのものでオーケーシー食品に試験販売をしてもらった。

更に、この商品は、ライスペーパーが油の吸収をあまりしないので、メタボ対策になるものでもある。相可高校をモデルとした高校生レストランが放送されていたのでプロモーション効果としては最高であった。



この製品づくりに成功したので、ブリの頭も簡単に柔らかくできた。これと福山市鞆の浦の保命酒の酒粕で粕汁を作り新商品として提案している。

また、赤味噌と酒粕で西京漬風の床を作って西京漬を作り、焼いてテクニカン冷凍をかけた商品を作った。

4 まとめ

南伊勢町ブランド委員会の委員である大川学園理事長の BLOG には、以下のような書き込みがある。

「南伊勢町は、新しい産品起こしに結構熱いものがある。3月21日の午後が南伊勢ブランドの最終審査だが、朝市が立つと聞いて10時に到着した。昨年認定を受けたナンセイ養鶏の卵「生食専科」、土実樹の「でこたんようかん」も出されていた。後者は、凄い会を意味する「伊勢志摩てんぷな会」と名付けた異業種の9人の有志が集まって、6haの蜜柑畑で栽培のでこぼんを使った製品の一口羊羹である。昼食は、サニー道路入り口にある食堂“丸魚”に入り、卵の

黄身入りトロ鮪丼「ぐるぐる丼」1,100円也とする。

午後12時40分、本日の仕事である南伊勢町ブランド最終審査会場に入る。最初に出てきたのは、この温暖な地の内瀬で三重張りの温室で、省エネのヒートポンプを使って育てた菊花紋様の浮き上がった「内瀬みかん」。二番目は、養殖鯛の本場の町ゆえ、新鮮な「たいの西京漬」。三番目は、林檎の木で低温燻製した（冷燻）「真鯛の燻製」である。

三者とも中々の出来栄で、ブランド品の認定審議と町役場の今後進めるべき方向等に関する議論は、16時まで続いた。」



デコタン羊羹



鯛の西京漬



委員会の風景

これらの商品を、阿藻珍味と業務スーパーのエブリーを運営するホームーグループ（広島県福山市）に持って行き評価してもらったが、商品コンセプトの設計が不十分であり、このままでは大手の食品会社・食品問屋では扱うことができないということであった。また、商品としては面白いが差別化が不十分であるという指摘も受けた。そこで伊勢神宮奉納ネットワークのメンバーとして1年間かけて南伊勢町ブランドの商品の作りこみをしていこうと言う提案を受けた。特にフォーミーグループが上手く

商品を取り上げてくれると、ヨシケイグループに流れることになる。

これらの検討から、県をまたいだ農商工連携の設計を行っていくことになる。さらに、平成23年度に三重県が行う、地域の漁業関係者のリーダー育成の中にも南伊勢町ブランドの発想を入れていくように、努力している。

この調査研究報告書は、南伊勢町からの委託研究の一部である。

資料：昨年度の相関図

